

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPULSE BUYING*
PADA *CARREFOUR* DI SURABAYA**



**OLEH:
NOVY GUNADHI
3103009270**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPULSE BUYING*
PADA *CARREFOUR* DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

NOVY GUNADHI

3103009270

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *IMPULSE BUYING*
PADA *CARREFOUR* DI SURABAYA**

Oleh:
NOVY GUNADHI
3103009270

Telah Disetujui dan Diterima Untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

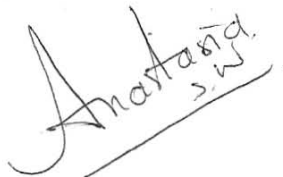
Pembimbing I,



Elisabeth S, SE, M.Si

Tanggal: 7-2-2012

Pembimbing II,



Anastasia S, SE, M.Si

Tanggal: 7-2-2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Novy Gunadhi NRP: 3103009270.
Telah diuji pada tanggal 2 Februari 2012 dan dinyatakan lulus oleh:

Ketua Tim Penguji

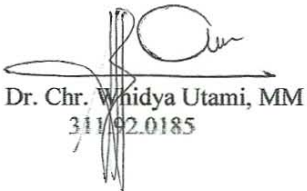


Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
311.89.0152

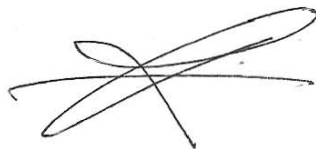
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Chr. Whidya Utami, MM
311.92.0185



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM
311.89.0152

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NOVY GUNADHI

NRP : 3103009270

Judul : Faktor-Faktor Yang mempengaruhi *Impulse Buying* Pada
Careefour di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di *Internet* atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 6 Februari 2012

Yang Menyatakan,



(NOVY GUNADHI)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing I jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Anastasia Septawulandari, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing II jurusan manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
6. Orang tua dan kakak yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya antara lain : Setiawan Nugroho, Caessia Aileen, Tan Meng Liang, Danny Widjaja, Denny Setiawan, Paulus Ongko dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dalam memberikan doa, semangat, waktu, dan sebagainya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya.

Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Surabaya, Desember 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel.....	v
Daftar Gambar.....	vi
Daftar Lampiran.....	vii
Abstrak.....	viii
<i>Abstract</i>	ix
Bab 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
Bab 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.3. Hubungan Antara Variabel.....	20
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian.....	22
2.5. Hipotesis Penelitian.....	23
Bab 3 : METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2. Identifikasi Variabel.....	24
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4. Skala Pengukuran Variabel.....	27
3.5. Jenis data dan Sumber Data.....	27

3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.8. Teknik Analisis Data.....	30
Bab 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Karakteristik Responden.....	38
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
4.3. Analisis Data.....	47
4.4. Pembahasan.....	66
Bab 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Simpulan.....	72
5.2. Saran.....	73
Daftar Kepustakaan	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1. Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini.....	10
3.1. Ukuran Kecocokan Mutlak.....	34
3.2. Ukuran Kecocokan Inkremental.....	35
3.3. Ukuran Kecocokan Parsimoni.....	36
4.1. Usia	38
4.2. Jenis Kelamin	39
4.3. Frekuensi Belanja.....	39
4.4. Pekerjaan.....	40
4.5. Jumlah Pendapatan / Bulan.....	40
4.6. Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	41
4.7. Statistik Deskripsi Variabel <i>Shopping Enjoyment</i>	42
4.8. Statistik Deskripsi Variabel <i>Money Available</i>	43
4.9. Statistik Deskripsi Variabel <i>In-Store Browsing</i>	44
4.10. Statistik Deskripsi Variabel <i>Felt Urge To Buy Impulsively</i>	45
4.11. Statistik Deskripsi Variabel <i>Impulse Buying</i>	46
4.12. Uji Normalitas.....	47
4.13. Uji Outlier dengan Metode Mahalanobis.....	49
4.14. Hasil Pengujian Validitas dengan nilai t statistik.....	50
4.15. Realibilitas Konstruk <i>Shopping Enjoyment</i>	52
4.16. Realibilitas Konstruk <i>Money Available</i>	53
4.17. Realibilitas Konstruk <i>In-Store Browsing</i>	54
4.18. Realibilitas Konstruk <i>Felt Urge To Buy Impulsively</i>	55
4.19. Realibilitas Konstruk <i>Impulse Buying</i>	56

4.20. Goodness of Fit Index.....	57
4.21. Uji Hipotesis.....	6

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	22
4.1. Hasil Analisis Jalur.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Pengisian Kuesioner Responden
- Lampiran 3 Uji Deskriptif Statistik
- Lampiran 4 Uji Structural Equation Modeling (SEM)
- Lampiran 5 Uji Model Fit
- Lampiran 6 Hasil Analisis Jalur

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan untuk *money available*, *shopping enjoyment*, *in-store browsing*, *felt urge to buy impulsively* terhadap *impulse buying* pada perusahaan *Carrefour* di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di *carrefour* minimal 4 kali dalam jangka waktu 3 bulan dengan asumsi tidak hanya berbelanja kebutuhan sehari-hari dan berusia minimal 18 tahun karena pada usia tersebut konsumen dianggap dewasa dan dapat mengambil keputusan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan *software* AMOS versi 18. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *money available* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*, *shopping Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *in-store browsing*, *in-store browsing* berpengaruh positif terhadap *felt urge to buy impulsively*, *felt urge to buy impulsively* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*, *shopping enjoyment* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada *Carrefour* di Surabaya.

Kata Kunci: *Impulse Buying*, *Shopping Enjoyment*, *Money Available*, *InStore Browsing*, *Felt Urge To Buy Impulsively*.

FACTORS AFFECTING IMPULSE BUYING

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction, the effect of money available, shopping enjoyment , in store browsing , felt urge to buying of impulsively on impulse buying at Carrefour in Surabaya.

The sampling technique used in this study is a purposive sampling. The respondent in this research is consumers who shop at Carrefour at least 4 times in a period of 3 months assuming not shopping just for everyday needs and aged at least 18 years old because consumer considered adult and can make decisions. The analysis technique in this study is Structural Equation Model (SEM) with software AMOS version 18.

This study finds that money available have positive impact toward impulse buying, shopping enjoyment have positive impact toward in-store browsing, in-store browsing have positive impact toward felt urge to buy impulsively, felt urge to buy impulsively have positive impact toward impulse buying, shopping enjoyment have positive impact toward impulse buying at Carrefour in Surabaya.

Keyword :Impulse Buying, Shopping Enjoyment, Money Available, In-Store Browsing, Felt Urge To Buy Impulsively.